**DAFTAR PUSTAKA**

Abdurrahman, N.H. (2018). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia

Alkatiri, S., dkk. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement *Store* Manado *Town Square*. *Jurnal EMBA*. Vol. 5 No. 2

Ardiansyah et al. (2015) Pengaruh Daya Tarik Terhadap Efektivitas Iklan. *Jurnal
Administrasi Bisnis*. *Vol. 23, No. 2.*

Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

Bhatti, A. (2018). Sales Promotion and Price Discount Effect on Consumer Purchase Intention with the Moderating Role of Social Media in Pakistan. *Science Arena Publications International journal of Business Management Vol. 3, No. 4*

Durianto, dkk. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu

Kotler, P., dan Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kurniawan, A. W., dan Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Yogyakarta: Pandiva Buku

Maslakhah, I. (2017). Pengaruh Kemasan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Preferensi Merek Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa/I Undip Konsumen Aqua). *Diponegoro Journal Of Management, 6, 1–15.*

Morissan, A.M. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Kencana.

Nalendra, A.R.D., dkk. (2021). *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*. Bandung: Media Sains Indonesia

Ndari, D.P. (2015). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Ud Upindo Raya Cabang Tanah Grogot. *eJournal Administrasi Bisnis, 3 (3):612-625*

Olson, J.C., dan Peter J.P. (2016). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Pohan, M.M., dan Jeni, S. (2020). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli (Studi Pada *Smartphone* Merk Oppo). *Kapital: Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 02, No. 01

Prasetyo, E.B., dkk. (2019). The Effect of Discount Price on Purchasing Intentions Through Consumer’s Perceived Risk in the Flash Sale Program at Shopee. *Atlantis Press*. Vol. 124.

Priansa, D.J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer.* Bandung: Alfabeta

Priansa, D.J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia

Rochman, F.N. (2016). Pengaruh *Price Discount*, Bonus *Pack*, Dan
*In-Store Display* Terhadap *Impulse Buying* (Studi Pada Giant Supermarket Yogyakarta). *Skripsi*. FE Universitas Muhammadiyah Purwerejo. Purwerejo.

Schiffman, I.G., dan Kanuk, L.L. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Index.

Sudaryono. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2016). *Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Suryawijaya, H., dan Farid, R. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan di Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo dikalangan Anak Muda Jakarta Barat). *Prologia*. Vol. 5, No. 1

Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian).* Yogyakarta: Andi

Utama, L.H. (2020). Peran Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Dan Harga Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Pembersih Wajah. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) Volume 7 Nomor 1*

Yusnita, E., dkk. (2021). The Effect of Advertising and Price Discounts on the Interest of Tourists to Stay at Hotel (Staycation) During the Covid-19 Pandemic with Health Risk Perception as Moderating Variable. *International journal of Multicultural and Multireligious Understanding, Volume. 8, Issue. 9*

Yusuf, Y.H., dkk. (2018). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli E-Tiket Kapal Cepat di Pelabuhan Ulee Lheue, Kota Banda Aceh. *SIMEN (Akuntansi dan Manajemen).* Vol. 9, No. 2